



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kemiskinan merupakan keadaan tidak dapat memnuhi kebutuhan hidup dasarnya sehari-hari, mulai dari sandang pangan, papan, pendidikan, dan kesehatan. Pemerintah telah melakukan berbagai upaya untuk menurunkan angka kemiskinan melalui berbagai programnya, seperti Kartu Indonesia Pintar (KIP), Kartu Indonesia Sehat (KIS), Beras sejahtera, dan lainnya. Permasalahan ini membuat Ronny Poluan mendirikan yayasan Interkultur, sebuah yayasan yang memiliki program bernama Jakarta Hidden Tour. Ronny Poluan menawarkan cara baru untuk berbagi melalui perjalanan mendatangi lokasi-lokasi yang membutuhkan bantuan. Dengan mengikuti Jakarta Hidden Tour secara tidak langsung telah berdonasi, karena sebagian uang yang dibayarkan akan di alokasikan untuk warga tersebut. Cara ini sesuai dengan remaja yang lebih memilih untuk menghabiskan uangnya untuk perjalanan untuk mendapatkan pengalaman.

Berdasarkan data yang didapatkan 90% usia dewasa 19-25 di wilayah Jakarta mengetahui adanya daerah kumuh disekitarnya namun 73% belum pernah membantu daerah tersebut. Hal ini disebabkan mereka tidak mengetahui cara menyalurkan bantuan atau kegiatan sosial yang diadakan. Berdasarkan data yang didapatkan juga 76% tidak mengetahui mengenai Jakarta Hidden Tour, oleh karena itu dibutuhkan promosi untuk Jakarta Hidden Tour agar dapat menarik para pemuda untuk memberikan bantuan kepada orang-orang yang membutuhkan.

Berdasarkan *insight* yang penulis dapatkan, Jakarta Hidden Tour memberikan makna dan pelajaran yang didapatkan setelah mengikuti perjalanan ini, penulis mendapatkan *keywords* dari insight partisipan yaitu: perjalanan, berbagi, syukur, dan bahagia. Setelah mendapatkan *keywords*, penulis melakukan *mind map*. Penulis mendapatkan ide mengenai pengantar atau penghubung, oleh karena itu penulis kembali melakukan *mind map* untuk mendapatkan ide. Berdasarkan *mind map* penulis mendapatkan ide, Jakarta Hidden Tour sebagai “jembatan”, karena jembatan merupakan penghubung antara satu tempat dan tempat lainnya. Sama seperti Jakarta Hidden Tour yang menjadi pengantar atau penghubung antara seseorang dengan orang lainnya yang memiliki latar belakang yang berbeda-beda. Tujuannya agar saling berinteraksi satu sama lain dan dapat membantu orang yang berada di daerah slum area. Sehingga idenya menjadi “Jembatan untuk berbagi kebahagiaan”.

Dalam promosi untuk Jakarta Hidden Tour penulis menggunakan media digital seperti *website* dan media sosial (*Youtube ads*, Instagram dan lainnya). Karena berdasarkan APJII (2018) pengguna internet terbanyak adalah kelompok usia 10-34 tahun. Selain itu, media utama pada perancangan ini adalah *video* karena ketertarikan kaum muda pada pengalaman seperti bepergian, menonton konser, menonton film, dan lainnya. Melalui *video* juga dapat memberikan emosional atau perasaan haru dan bahagia, karena didukung oleh suara dan gambar yang bergerak.

5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan penulis dalam mengambil topik perancangan Jakarta Hidden Tour ini, agar peneliti selanjutnya berhati-hati saat mempromosikan isu yang *sensitive*, harus mendengar masukan orang karena itu merupakan perspektif yang penting sebagai bahan pertimbangan agar pesan yang ingin disampaikan tidak salah pengertian, dianjurkan untuk tidak membahas langsung pada pokok permasalahannya, tapi mencoba cari cara lain untuk mengkomunikasikannya, seperti nilai yang ingin diangkat, atau dampak positif dari kegiatan tersebut dan penulis menyarankan agar tidak terlalu *commercial* baik secara visual ataupun *copywrite*. Seperti dalam perancangan promosi untuk Jakarta Hidden Tour ini, penulis mengangkat nilai-nilai yang bisa didapatkan jika mengikuti Jakarta Hidden Tour. Karena Jakarta Hidden Tour memiliki *positioning*, kegiatan sosial yang memiliki ikatan sosial yang tinggi, penulis memfokuskan kepada emosi yang ingin dibangun. Salah satu nilainya adalah nilai-nilai empati harus disertakan agar menjadi ajakan untuk mereka yang memiliki ketertarikan kegiatan sosial namun belum melakukannya, tetapi harus berhati-hati pada saat membuat desain visual atau *copywrite* agar tidak terkesan sedang mengemis kepada calon partisipan.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A